ENREGISTREMENT SONORE

optique culture

numéro 58 avril 2018

OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC

Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2017

CLAUDE FORTIER *chargé de projet, OCCQ*

Faits saillants

- Les ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) sont de 5,6 millions d'unités en 2017, en baisse de 15 % par rapport à 2016.
- Les ventes de CD (–13 %), d'albums numériques (–20 %) et de pistes numériques (–16 %) sont en baisse.

Les produits québécois

- La part des produits québécois dans les ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums se situe à 44 % en 2017, un résultat inférieur à celui de 2016 (46 %), mais supérieur à la moyenne des cinq dernières années (42 %).
- Cette part est de 54 % pour les ventes de CD et de 23 % pour les ventes de produits numériques (33 % pour les albums numériques et 7 % pour les pistes numériques).
- Parmi les ventes d'albums québécois, la part des albums en français est de 73 %, le meilleur résultat depuis 2012.

Les produits en français

- Les produits en français représentent 35 % des ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums en 2017, un résultat supérieur à celui de 2016 (32 %) et dans la moyenne des cinq dernières années (31 %).
- La part des produits en français est de 44 % pour les CD et de 18 % pour les produits numériques (24 % pour les albums numériques et 7 % pour les pistes numériques).

Les palmarès en 2017

- Les albums d'artistes québécois occupent six des dix premières places au palmarès des ventes.
- Sur les 50 albums québécois les plus vendus, 32 ont le français comme langue d'enregistrement.
- Parmi les 500 pistes les plus vendues, 58 pistes sont québécoises (65 en 2016), la première se situant à la 56e position.

Ce bulletin présente une analyse des statistiques relatives aux ventes d'enregistrements sonores[1] pour la période de 2002 à 2017. On y traite des ventes d'albums sur supports physique (CD) et numérique ainsi que de celles des pistes musicales numériques. Le bulletin contient, entre autres, des renseignements sur la répartition de ces ventes selon la provenance nationale et la langue des enregistrements.

1. Les enregistrements sonores comprennent les enregistrements audio (albums et pistes) et les enregistrements vidéo à caractère musical (DVD et Blu-ray).

Québec

Table des matières

3 La vente d'enregistrements musicaux en forte chute

5 La part de marché des produits québécois se maintient autour de 45 %

8 La part des produits en français en hausse

11 Synthèse des ventes

12 Les palmarès

15 Musique diffusée en continu : un moyen de diffusion de plus en plus incontournable

Signes conventionnels

%	Pour cent ou pourcentage
n	Nombre
...	N'ayant pas lieu de figurer
..	Donnée non disponible
—	Néant ou zéro
$	En dollars
M	En millions
G	En milliards

Notes méthodologiques

Source

Les statistiques sur les ventes d'enregistrements sonores proviennent des données compilées par Nielsen SoundScan pour le marché québécois. Les résultats se basent sur le cumulatif des ventes hebdomadaires. Les statistiques relatives au nombre d'unités vendues selon le type de support sont exprimées en nombres absolus. Les statistiques de tous les autres types (selon l'origine nationale et selon la langue) sont exprimées en pourcentage, sauf exception. Ces dernières sont produites pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) après l'examen des 500 titres les plus vendus au Québec durant l'année, et elles ne couvrent donc qu'une partie des ventes d'enregistrements sonores. En 2017, les ventes annuelles de ces 500 titres représentent 50 % des ventes pour les CD, 40 % pour les albums numériques et 28 % pour les pistes numériques.

Formats et supports

Les enregistrements de musique se présentent sous deux formats, soit les albums et les pistes. Les albums comprennent les albums sur support physique (les vinyles, les cassettes et les CD) et les albums numériques. Cependant, comme le CD représente la quasi-totalité des ventes sur support physique, cette appellation sera utilisée afin d'alléger le texte. Les pistes regroupent les disques monoplages (singles sur CD) et les pistes numériques téléchargées. Les ventes de pistes numériques sont comptabilisées en équivalent d'albums selon un ratio de treize pistes pour un album. Cette méthode de conversion rend plus commode le suivi de l'évolution du marché d'une année à l'autre. Le ratio de conversion utilisé, treize pistes pour un album, est celui de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ).

Des données hebdomadaires sur les ventes d'enregistrements sonores sont disponibles sur le site Web de l'OCCQ.

Définition d'un enregistrement québécois

Un enregistrement sonore peut être considéré comme québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel. Sur le plan artistique, l'origine de l'artiste, du répertoire, du collectif ou de l'œuvre mise de l'avant[2] par l'emballage et la mise en marché détermine l'origine de l'enregistrement. Sur le plan industriel, l'origine de la maison de disques qui a commercialisé le produit détermine l'origine du produit. Une maison de disques québécoise est une maison dont le siège social se situe au Québec.

Pour les compilations de pièces de diverses origines, l'album est classé québécois si la majorité des pièces sont artistiquement québécoises. La même logique s'applique pour un collectif d'artistes de diverses origines ; l'album sera classé québécois si la majorité des personnes sont québécoises.

2. Peut être mis de l'avant : un artiste ou un groupe d'artistes, un répertoire, un film, une station de radio, etc. Pour déterminer ce qui est mis de l'avant, on se base essentiellement sur l'information apparaissant sur la pochette du CD. En général, il s'agit d'un ou de plusieurs interprètes.

Notice bibliographique suggérée

FORTIER, Claude (2018). « Les ventes des enregistrements sonores au Québec en 2017 », *Optique culture*, [En ligne], n° 58, avril, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, p. 1-12. [www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/bulletins/optique-culture-58.pdf].

Les ventes d'enregistrements musicaux en forte diminution

En 2017, les ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums[2] s'élèvent à 5,6 millions d'unités (–15 % par rapport à 2016), soit 3,7 millions de CD (–13 %), 1,2 million d'albums numériques (–20 %) et 9,6 millions de pistes numériques (–16 %) (tableau 1).

Entre 2013 et 2015, la stabilité des ventes en ce qui a trait au marché des albums numériques pouvait laisser penser que celui-ci était différent de celui des CD ou de celui des pistes numériques, en baisse depuis 2005 et 2014 respectivement. Cependant, les baisses successives des ventes d'albums numériques en 2016 (–25 %) et en 2017 (–20 %) semblent indiquer qu'un nombre croissant de consommateurs, qui achetaient jusqu'à récemment des albums et des pistes numériques, se tournent vers l'abonnement à un service d'écoute de musique diffusée en continu (*streaming*).

Le CD compte pour environ deux tiers des ventes d'enregistrements audio au Québec en 2017, la part de ce marché diminuant, selon notre hypothèse, au profit de celle du marché de l'écoute en continu. Pour le CD, les ventes ont baissé de 72 % depuis le sommet de 2004 et de 33 % ces deux dernières années. À titre comparatif, ailleurs au Canada, les ventes de CD sont passées de 36,6 millions d'unités en 2004 à 7,4 millions d'unités en 2017, soit une baisse de 80 %[4], et le CD occupe maintenant 45 % du marché de la vente de produits musicaux.

Au-delà des différents supports, l'année 2017 est en continuité avec 2016, avec un taux de décroissance dans les deux chiffres pour tous les types d'enregistrements audio. Les ventes globales ont connu une baisse de 23 % en 2016 et de 15 % en 2017. Les premiers résultats de 2018 indiquent que la tendance se poursuit, avec une baisse des ventes globales de 26 % au 29 mars 2018 par rapport à la même période de 2017.

Les vidéos musicales : la contraction du marché se poursuit

Pour l'industrie musicale, la vente en format DVD d'une captation de spectacle constitue une source additionnelle de revenus. Cependant, depuis quelques années, les ventes de vidéos musicales chutent encore plus rapidement que le CD. En 2017, il y a eu 52 500 unités vendues, soit une baisse de 93 % depuis le sommet de 2006 (750 000 unités). La possibilité de visionner une grande diversité de vidéos musicales sur Internet (YouTube, Dailymotion, etc.) pourrait expliquer cette situation (tableau 1).

Tableau 1 **Nombre d'enregistrements audio et de vidéos musicales vendus selon le type de produit, Québec, 2008 à 2017**

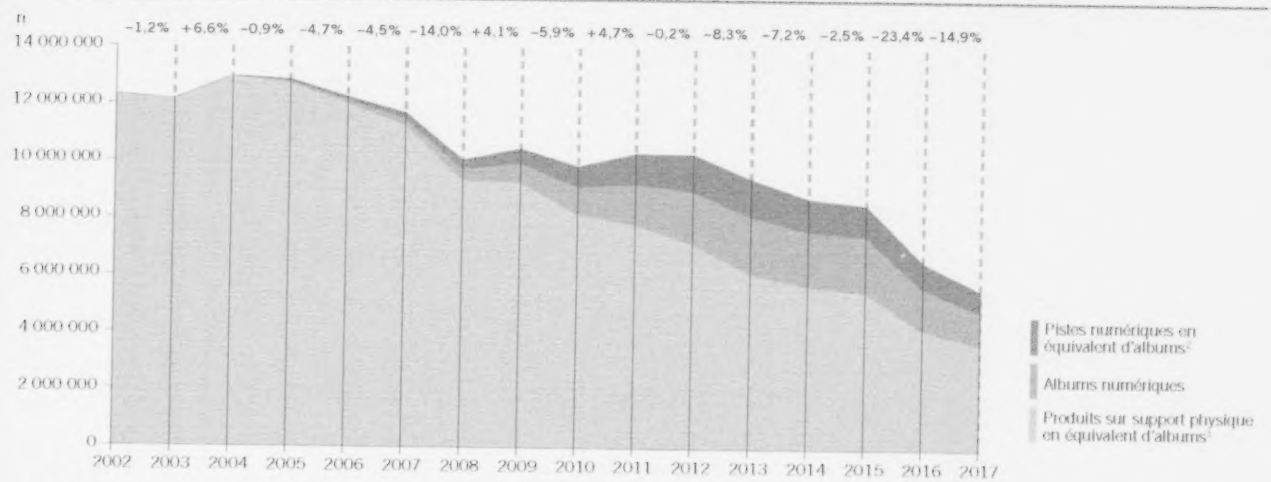
	2008	2009[1]	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Variation 2017/2016
						k					%
Enregistrements audio en équivalent d'albums[2]	10 056,2	10 470,0	9 850,6	10 314,1	10 296,9	9 444,4	8 766,3	8 549,0	6 551,8	5 575,2	–14,9
Ensemble des albums	9 739,4	9 965,1	9 138,0	9 246,1	9 005,6	8 140,4	7 627,5	7 459,6	5 672,9	4 832,9	–14,8
Albums sur support physique[3]	9 334,1	9 283,0	8 178,9	7 830,5	7 157,9	6 137,5	5 699,4	5 504,3	4 201,8	3 662,9	–12,8
Albums numériques	405,3	682,1	959,1	1 415,6	1 847,7	2 002,9	1 928,1	1 955,3	1 471,1	1 170,0	–20,5
Ensemble des pistes	4 118,1	6 563,9	9 263,6	13 883,8	16 787,1	16 951,6	14 804,6	14 161,8	11 426,2	9 649,8	–15,5
Pistes numériques téléchargées	4 108,2	6 550,7	9 213,9	13 817,7	16 729,7	16 929,1	14 770,2	14 114,9	11 413,4	9 640,1	–15,5
Disques monoplages (*singles*)	9,9	13,2	49,7	66,1	57,4	22,5	34,4	46,9	12,8	9,7	–24,2
Enregistrements vidéo (vidéos musicales)	540,7	390,1	496,5	273,5	269,6	239,7	175,9	108,0	75,1	52,5	–30,1

1. L'année 2009 a été une année inhabituelle, car les ventes hebdomadaires d'enregistrements sonores ont été diffusées sur une période de 53 semaines. Pour faciliter la comparaison avec les années antérieures, les données de la première semaine, qui se terminait le 4 janvier 2009, ont été exclues du cumulatif de l'année.
2. Dans les calculs, trente disques monoplages ou pistes numériques équivalent à un album.
3. Incluant les CD et les disques vinyle.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

3. À partir de ce point, afin d'alléger le texte, nous utiliserons l'expression « enregistrement audio » pour parler d'enregistrements audio en équivalent d'albums.
4. Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Figure 1 **Ventes d'enregistrements audio selon le type de produit[1] et variation annuelle des ventes, Québec, 2002 à 2017**



1. Pour 2002 et 2003, les ventes ont été calculées en cumulant douze listes mensuelles de tous les titres d'enregistrements sonores vendus au Québec, avec le nombre d'unités vendues pour chaque titre. Le nombre d'albums physiques vendus a été obtenu en soustrayant les vidéos musicales du nombre total d'enregistrements vendus. Ces données de ventes provenaient de Nielsen SoundScan et ont été compilées par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. À partir de 2004, les ventes d'albums physiques correspondent aux statistiques compilées par Nielsen SoundScan concernant le Québec. Ces statistiques annuelles sont basées sur le cumulatif des ventes de chaque semaine.
2. Dans les calculs, treize pistes numériques équivalent à un album.
3. Incluant les albums et les disques monoplages (treize disques monoplages = un album) sur CD, cassettes ou disques vinyle.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

La part de marché des produits québécois se maintient autour de 45 %

À partir du milieu des années 1990, et en moins de deux décennies, le CD a supplanté la cassette et le vinyle, pour ensuite être en partie remplacé par le téléchargement numérique et l'accès aux pistes numériques individuelles. Depuis quelques années, l'avènement des services d'écoute de musique en continu contribue à la décroissance à la fois du CD et des albums et pistes numériques.

Au fil des années, l'industrie musicale québécoise a réussi à faire en sorte que la moitié des CD vendus au Québec sont des produits québécois et cette part tend à augmenter ces dernières années. Il est probable que ce maintien de la part de marché des produits québécois s'est fait à l'aide d'un réseau de production et de distribution local bien structuré et de la mise en valeur des artistes d'ici dans les médias. Cependant, les mutations du marché, avec le recul du CD et la croissance des produits numériques, conduisent à l'effritement de la part de marché des maisons de disques québécoises. Depuis la diffusion des premières données sur les ventes de produits numériques, le constat est net : les produits québécois représentent, dans les meilleures années, le tiers des ventes d'albums numériques et ils comptent pour moins de 8 % des ventes de pistes numériques.

Depuis le début de l'analyse des données de Nielsen SoundScan par l'OCCQ en 2002, la part de marché détenue par les produits québécois[5] en équivalent d'albums oscille entre un sommet de 51 % en 2004, avant l'arrivée des produits numériques, et un creux de 38 % en 2013. Après avoir été en baisse de 2010 à 2013, la part de marché des produits québécois dans les ventes d'enregistrements audio se maintient au-dessus de 40 % et suit une tendance à la hausse depuis 2014, malgré un recul en 2017, avec 44 % de part des ventes (46 % en 2016). La plus forte baisse des ventes pour les produits non québécois et le plafonnement de la part des produits numériques autour de 35 % expliquent ce résultat. À titre comparatif, en 2013, avec 3,6 M de ventes en équivalent d'albums, les produits québécois occupaient 38 % du marché. En 2017, malgré la baisse des ventes à 2,4 M, la part québécoise est plus élevée, s'établissant à 44 %.

À partir de la part de marché détenue par les produits québécois, il est possible d'estimer, avec une relative précision, le nombre d'unités vendues de produits québécois, exprimé en équivalent d'albums[6]. Après un sommet de 6,6 millions d'unités en 2004, ces ventes se sont chiffrées

5. Pour être considéré comme québécois, un produit doit être artistiquement québécois (origine de l'artiste) ou industriellement québécois (origine de la maison de disques).
6. Afin d'estimer les ventes totales de produits québécois, la part de marché de ces produits parmi les 500 meilleurs vendeurs a été appliquée à l'ensemble des ventes (en nombre d'unités vendues). Cette méthode, comme l'a déjà démontré Claude Martin (bulletin *Statistiques en bref*, n° 23), tend à exagérer le poids des albums québécois. En effet, comme les titres québécois se retrouvent souvent en plus grand nombre dans le haut du palmarès, le nombre de produits québécois vendus serait ainsi surestimé. Cependant, notre échantillon (les 500 albums les plus vendus) représente quand même la moitié des ventes totales annuelles, et cette surestimation demeure donc minime.

en moyenne à 3,3 millions d'unités entre 2013 et 2017 comparativement à 4,5 millions d'unités pour les produits non québécois (figure 2[1]).

En 2017, la baisse de la part des produits québécois s'explique par la baisse plus forte pour les produits québécois que pour les produits non québécois, à la fois pour le CD (–17 % par rapport à –8 %), les albums numériques (–27 % par rapport à –17 %) et les pistes numériques (–30 % par rapport à –14 %). Pour le CD en particulier, la part de marché des produits québécois se situe à 51 % en moyenne depuis 2008, comparativement à 48 % de 2003 à 2007, au moment où les produits numériques étaient quasi inexistants. Ces deux dernières années, cette part a atteint 57 % (nouveau sommet) et 54 % respectivement. L'hypothèse ici est qu'une partie plus importante de la baisse des ventes de CD non québécois a été transférée dans un premier temps vers des ventes d'albums et de pistes numériques et plus récemment vers l'écoute de musique en continu. Il est à noter qu'en 2005, la part québécoise de 44 % correspondait à 5,6 M de CD. En 2017, la part québécoise pour le CD se situe à 54 %, mais cette proportion représente seulement 2,0 M de CD.

Les productions musicales québécoises font face à une vive concurrence dans l'univers dématérialisé qu'est Internet. Pour les albums numériques, la part des produits québécois se situe à 33 % en 2017, en phase avec la moyenne des cinq dernières années, soit 32 %, pour des ventes estimées à 385 000 unités en 2017. Cette part est en baisse par rapport à 2016 (36 %) en raison d'une plus forte diminution des ventes d'albums québécois par rapport à celle des ventes d'albums non québécois. Depuis 2008, la part de marché des pistes québécoises demeure marginale, et 2017 s'inscrit dans la même tendance avec 7 % du marché de la piste, pour des ventes estimées à 675 000 pistes. L'absence de pistes québécoises parmi les 50 pistes numériques les plus téléchargées en 2017 est une illustration de la place marginale des produits québécois pour ce format. La baisse des ventes touche plus fortement les pistes québécoises (–30 %) que les pistes étrangères (–14 %) (figure 3). Bref, la part des produits québécois dans le marché du numérique est de 23 % (albums et pistes combinés), alors qu'elle se situe à 54 % dans le marché du CD (figure 4).

Tableau 2 **Part de marché des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio[1] selon le type de support, Québec, 2015 à 2017**

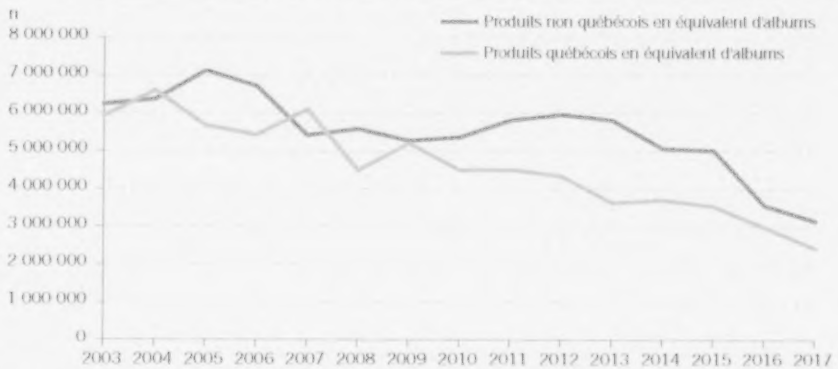
	2015	2016	2017
	%		
Dimension artistique[2]			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes)[3]	38,5	39,8	37,5
Ensemble des albums	44,5	45,9	43,8
Albums sur support physique[4]	47,7	48,0	45,4
Albums numériques	29,7	35,5	32,4
Pistes numériques téléchargées	7,7	7,7	6,3
Dimension industrielle[5]			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes)3	38,8	35,0	39,2
Ensemble des albums	44,8	40,4	45,8
Albums sur support physique[4]	48,5	43,2	49,1
Albums numériques	28,5	28,8	29,2
Pistes numériques téléchargées	8,0	6,0	6,3
Dimensions artistique[2] ET industrielle[5]			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes)[3]	35,9	29,1	33,2
Ensemble des albums	41,5	33,5	38,9
Albums sur support physique[4]	44,3	34,3	40,1
Albums numériques	28,0	28,5	28,8
Pistes numériques téléchargées	7,5	5,3	5,6
Dimensions artistique[2] OU industrielle[5]			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes)[3]	41,4	45,6	43,5
Ensemble des albums	47,9	52,8	50,7
Albums sur support physique[4]	51,9	56,8	54,3
Albums numériques	30,2	35,8	32,9
Pistes numériques téléchargées	8,2	8,4	7,0

1. La part des ventes détenue par les produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
2. La dimension artistique d'un enregistrement audio se rapporte à l'artiste, au répertoire, au collectif, à l'oeuvre, etc. qui sont mis de l'avant.
3. Dans les calculs, treize pistes numériques équivalent à un album.
4. Incluant les CD et les disques vinyle.
5. La dimension industrielle d'un enregistrement audio se rapporte à la maison de disques ayant commercialisé le produit.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 2 **Ventes en équivalent d'albums[1,2] selon la provenance, Québec, 2003 à 2017**

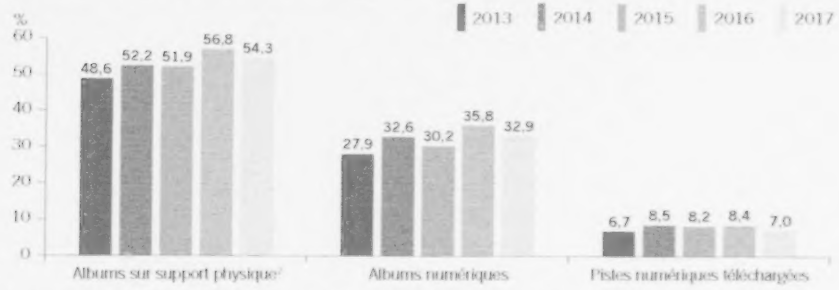


1. La quantité d'unités vendues a été estimée à partir de la répartition des ventes selon la provenance des 500 albums CD les plus vendus, les 500 albums numériques les plus vendus et les 500 pistes numériques les plus vendues, chaque année.
2. Dans les calculs, treize disques monoplages ou pistes numériques équivalent à un album.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen

Compilation : De 2003 à 2005, codage et compilation par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 3 **Part de marché des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio[1], selon le type de support, Québec, 2013 à 2017**



1. La part des ventes détenue par les produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
2. Incluant les CD et les disques vinyle.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 3 **Part de marché des produits québécois parmi les ventes d'albums[1, 2], Québec, 2008 à 2017**

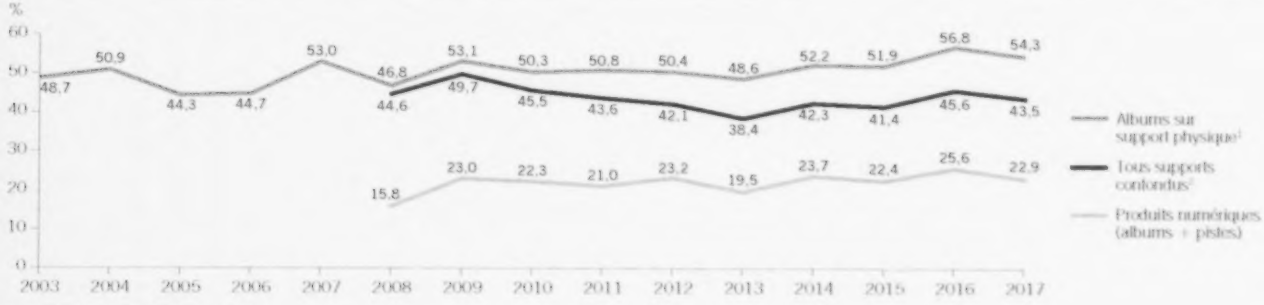
Année	Dimension artistique[3]	Dimension industrielle[4]	Dimensions artistique[3] ET industrielle[4]	Dimension artistique[3] OU industrielle[4]
	%			
2008	41,4	40,9	36,1	46,2
2009	48,4	48,9	44,9	52,4
2010	45,1	42,0	37,7	49,5
2011	47,4	43,4	42,0	48,8
2012	45,8	38,6	36,1	48,3
2013	40,8	35,9	32,4	44,3
2014	45,5	41,5	38,4	48,6
2015	44,5	44,8	41,5	47,9
2016	45,9	40,4	33,5	52,8
2017	43,8	45,8	38,9	50,7

1. La part des ventes des produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 albums les plus vendus chaque année.
2. Incluant les albums sur support physique et les albums numériques.
3. La dimension artistique d'un album se rapporte à l'artiste, au répertoire, au collectif, à l'oeuvre, etc. qui sont mis de l'avant.
4. La dimension industrielle d'un enregistrement audio se rapporte à la maison de disques ayant commercialisé le produit.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 4 **Part de marché des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio, Québec, 2003 à 2017**



1. Incluant les CD et les disques vinyle.
2. Excluant les disques monoplages.

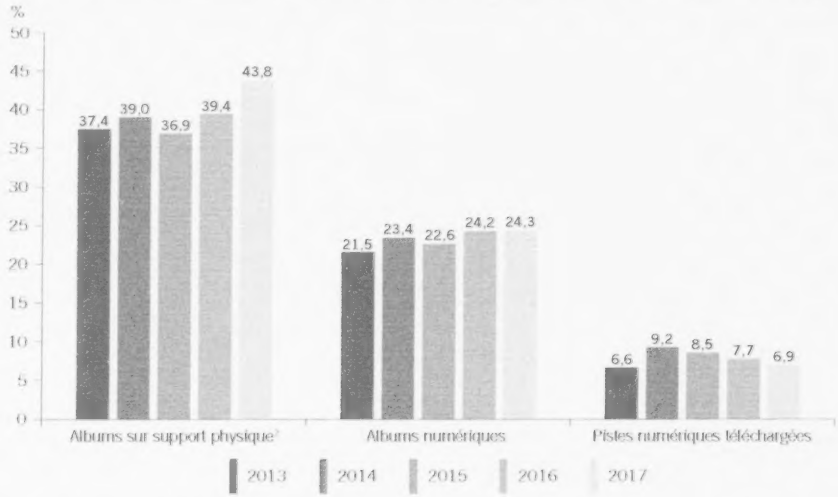
Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : De 2003 à 2005, codage et compilation par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

La part des produits en français en hausse

Outre la part des produits québécois dans les ventes, la place des produits en langue française est un élément digne d'intérêt pour l'industrie musicale d'ici. En 2017, la part des produits en français dans les ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums se situe à 35 % pour l'ensemble des supports (cette part était de 32 % en 2016). Les produits en français comptent pour 44 % des ventes de CD (39 % en 2016), 24 % de celles des albums numériques (24 % en 2016) et 7 % de celles des pistes numériques (8 % en 2016) (figure 5).

Figure 5 **Part de marché des produits en français parmi les ventes d'enregistements audio[1], selon le type de support, Québec, 2013 à 2017**

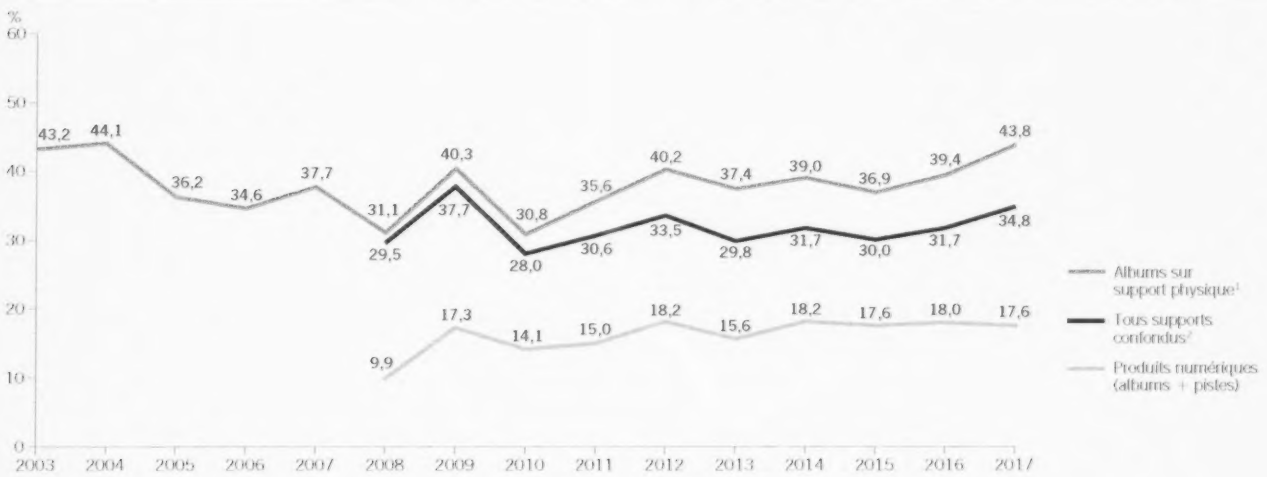


1. La part des ventes détenue par les enregistrements en français (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
2. Incluant les CD et les disques vinyle.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 6 **Part de marché des produits en français parmi les ventes d'enregistrements audio, Québec, 2003 à 2017**



1. Incluant les CD et les disques vinyle.
2. Excluant les disques monoplages.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : De 2003 à 2005, codage et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Entre 2003 et 2007, au temps où le support CD avait le quasi-monopole des ventes, 39 % des CD vendus étaient en français, en moyenne. Cette part était de 35 % entre 2008 et 2012 avant de remonter à 39 % entre 2013 et 2017. Durant ces deux dernières périodes, la part francophone dans les produits numériques se situait entre 16 % et 17 %. La croissance de la part des produits numériques dans les ventes entre 2008 et 2013 aurait dû avoir un effet négatif sur la part globale des produits francophones, cette part étant moins élevée pour les produits numériques.

Cependant, durant cette période de croissance des produits numériques, d'autres facteurs, comme l'offre d'albums, sont venus pousser à la hausse (2009, 2011 et 2012) et à la baisse (2008 et 2010) la part des produits francophones. Depuis le recul des ventes de produits numériques, la part francophone semble connaître un nouveau regain, poussée par la hausse de la part des CD francophones (figure 6).

Tableau 4 **Répartition des ventes d'enregistrements audio selon le support, la provenance et la langue d'enregistrement[1], Québec, 2015 à 2017**

	Support physique[2]			Albums numériques			Pistes numériques téléchargées			Tous supports confondus[3]		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
	%											
Enregistrements audio québécois[4]												
En français	34,5	37,8	39,7	20,8	22,7	22,1	7,2	6,1	5,6	27,9	30,2	31,4
En anglais	15,8	16,2	11,5	8,9	12,8	9,7	1,0	2,3	1,4	12,3	13,6	9,7
Dans une autre langue ou sans paroles	1,7	2,8	3,2	0,4	0,4	1,2	..	..	..	1,2	1,9	2,4
Enregistrements audio non québécois												
En français	2,5	1,6	4,2	1,7	1,5	2,2	1,3	1,6	1,2	2,2	1,6	3,4
En anglais	44,2	41,2	40,5	66,7	62,2	62,2	89,3	89,0	83,3	55,1	52,3	50,7
Dans une autre langue ou sans paroles	1,4	0,4	1,0	1,4	0,5	2,7	1,2	1,1	8,4	1,4	0,5	2,4
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

1. La répartition selon la langue (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des albums figurant parmi les 500 titres les plus vendus durant l'année.
2. Incluant les CD et les disques vinyle.
3. Incluant les pistes numériques et excluant les disques monoplages.
4. Enregistrements qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 5 **Répartition des ventes d'albums[1] selon la provenance et la langue d'enregistrement[2], Québec, 2008 à 2017**

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	%									
Albums québécois[3]										
En français	29,2	39,3	28,4	32,7	36,5	32,1	33,1	31,7	34,6	36,8
En anglais	13,0	10,4	15,5	12,3	9,2	10,7	13,6	14,7	15,9	11,3
Dans une autre langue ou sans paroles	3,9	2,7	5,5	3,7	2,6	1,5	1,9	1,5	2,4	2,6
Albums non québécois										
En français	1,4	0,6	1,7	1,2	1,3	2,0	2,7	2,0	1,6	3,6
En anglais	50,6	45,8	46,7	48,5	48,9	52,7	46,9	48,8	45,2	44,4
Dans une autre langue ou sans paroles	1,8	1,2	2,2	1,5	1,5	0,9	1,9	1,3	0,5	1,3
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

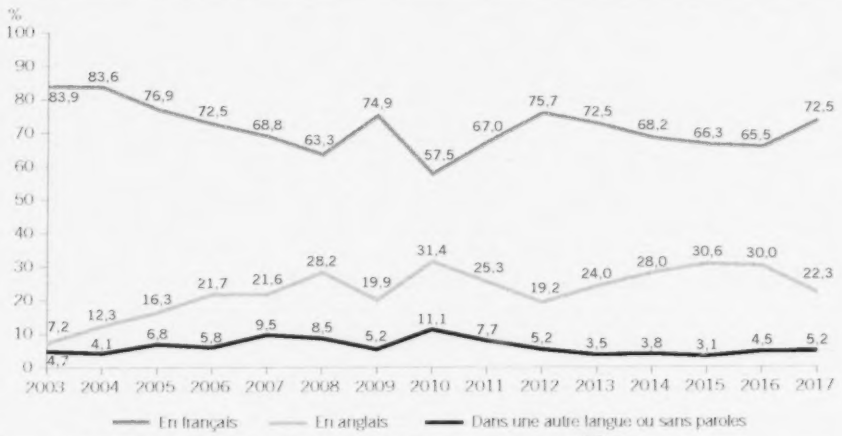
1. Incluant les albums sur support physique et les albums numériques.
2. La répartition selon la langue (en unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des albums figurant parmi les 500 titres les plus vendus durant l'année.
3. Albums qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Marché de l'album québécois

Depuis 2003, la part des albums en français pour les ventes d'albums québécois oscille entre 58 % et 76 %. Avec une part des albums francophones se situant à 73 %, l'année 2017 marque une croissance après quatre années de baisse consécutives grâce, notamment, au succès d'albums comme *Agnus Dei* et *Noël ensemble* de Mario Pelchat et les Prêtres, *La route* et *Nous autres* du groupe 2Frères ou *Best Ove* de François Pérusse (figure 7).

Figure 7 **Répartition des ventes d'albums québécois selon la langue, Québec, 2003 à 2017**



Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
Compilation : De 2003 à 2005, codage et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Synthèse des ventes

Il est possible d'analyser plus finement les résultats des ventes d'enregistrements sonores à partir du format (album ou disque monoplage/piste), du support (physique ou numérique), de la provenance (québécoise ou non québécoise) et de la langue (française, anglaise ou autre) (figure 8). Cela permet d'expliquer en partie la variation de la part des produits québécois et celle de la part des produits en français.

En équivalent d'albums, les ventes ont connu une diminution de 975 000 unités entre 2016 et 2017, dont voici le détail :

Produits québécois

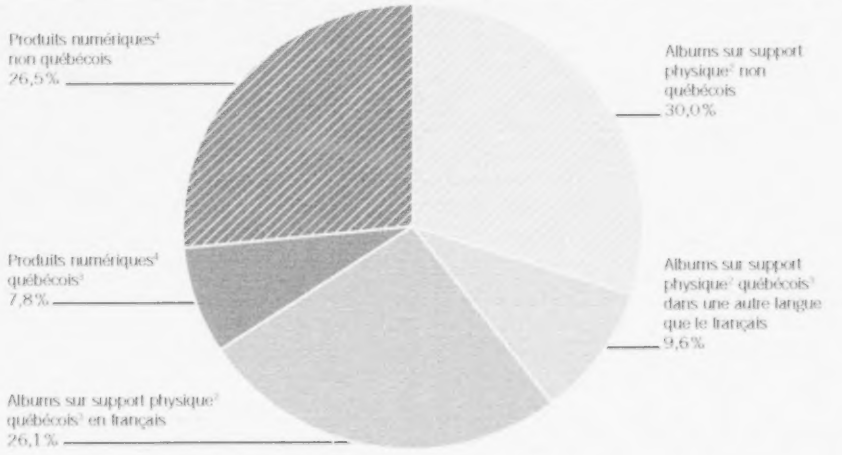
- CD en français : –135 000 unités (–9 %)
- CD en anglais : –260 000 unités (–38 %)
- Albums numériques francophones : –75 000 unités (–23 %)
- Albums numériques anglophones : –75 000 unités (–40 %)

Produits non québécois

- CD en français : +85 000 unités (+127 %)
- CD en anglais : –250 000 unités (–14 %)
- Albums numériques francophones : +5 000 unités (+20 %)
- Albums numériques anglophones : –185 000 unités (–20 %)

En somme, la légère baisse des parts de marché des produits québécois et la hausse des parts de marché des produits francophones s'expliquent en bonne partie par le plus fort recul des CD (–38 %) et des albums numériques québécois en anglais (–40 %) et dans une moindre mesure, par la bonne performance des CD non québécois en français (+127 %).

Figure 8 **Répartition des ventes d'enregistrements audio (en équivalent d'albums[1]) selon le type de support, la provenance et la langue, Québec, 2017**



1. Dans les calculs, treize pistes numériques équivalent à un album.
2. Incluant les CD et les disques vinyle.
3. Enregistrements qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel.
4. Incluant les albums numériques et les pistes numériques.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Les palmarès

Voici six palmarès relatifs aux ventes d'enregistrements audio au Québec en 2017, soit ceux des albums, des albums québécois, des albums numériques, des albums numériques québécois, des pistes numériques et des pistes numériques québécoises. À noter que des palmarès plus détaillés sont disponibles sur le site Web de l'Observatoire.

Palmarès des albums

En 2017, six albums d'artistes ou de maisons de disques québécois se retrouvent parmi les dix premières positions des ventes. De ce nombre, deux groupes québécois, Mario Pelchat et les Prêtres et 2Frères, comptent chacun deux albums parmi les dix premières positions. Sur les 50 albums les plus vendus, 32 titres sont québécois (27 en 2016) et 24 titres ont le français comme langue d'enregistrement (16 en 2016). Globalement, la présence des albums québécois au sein du palmarès s'est maintenue en 2017 (tableau 6).

Palmarès des albums québécois

Parmi les 50 albums québécois les plus vendus en 2017, 32 ont le français comme langue d'enregistrement (29 en 2016), 15 ont l'anglais (18 en 2016) et 3 sont dans une autre langue (3 en 2016). Comme chaque année, les meilleurs vendeurs parmi les albums québécois sont ceux en français, et ils occupent neuf des dix premières places (tableau 7).

Tableau 6 **Liste des albums les plus vendus[1,2], Québec, 2017**

Rang	Titre[3]	Artiste[3]	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	**Agnus Dei**	**Mario Pelchat et les Prêtres**	**Français**	**Québec**	**Québec**
2	Divide	Ed Sheeran	Anglais	Autre	Autre
3	**Noël ensemble**	**Mario Pelchat et les Prêtres**	**Français**	**Québec**	**Québec**
4	**La route**	**2Frères**	**Français**	**Québec**	**Québec**
5	**Best Ove**	**François Pérusse**	**Français**	**Québec**	**Québec**
6	Beautiful Trauma	P!nk	Anglais	Autre	Autre
7	**Nous autres**	**2Frères**	**Français**	**Québec**	**Québec**
8	Hardwired... to Self Destruct	Metallica	Anglais	Autre	Autre
9	Songs of Experience	U2	Anglais	Autre	Autre
10	**Mon livre vert**	**Guylaine Tanguay**	**Français**	**Québec**	**Québec**
11	**La vie qu'il nous reste**	**Marc Dupré**	**Français**	**Québec**	**Québec**
12	**La Voix 5**	**Artistes variés**	**Français**	**Québec**	**Québec**
13	**Almanach**	**Patrice Michaud**	**Français**	**Québec**	**Québec**
14	**Main Girl (microalbum)**	**Charlotte Cardin**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
15	**Everything Now**	**Arcade Fire**	**Anglais**	**Québec**	**Autre**
16	Evolve	Imagine Dragons	Anglais	Autre	Autre
17	**La science du cœur**	**Pierre Lapointe**	**Français**	**Québec**	**Québec**
18	La route m'a donné rendez-vous	Alain Morisod & Sweet People	Français	Autre	Autre
19	**Les Inoubliables**	**Artistes variés**	**Anglais**	**Autre**	**Québec**
20	Now	Shania Twain	Anglais	Autre	Autre

1. Ces ventes incluent les albums sur support physique et les albums numériques.
2. Un palmarès des 50 albums les plus vendus est disponible sur le site Web de l'Observatoire : www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/enregistrement-sonore/palmares/palmares_enregistrements_sonores.htm.
3. Les lignes en gras sont des produits québécois.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

Tableau 7 **Liste des albums québécois les plus vendus[1,2], Québec, 2017**

Rang québécois	Rang général	Titre	Artiste	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	1	Agnus Dei	Mario Pelchat et les Prêtres	Français	Québec	Québec
2	3	Noël ensemble	Mario Pelchat et les Prêtres	Français	Québec	Québec
3	4	La route	2Frères	Français	Québec	Québec
4	5	Best Ove	François Pérusse	Français	Québec	Québec
5	7	Nous autres	2Frères	Français	Québec	Québec
6	10	Mon livre vert	Guylaine Tanguay	Français	Québec	Québec
7	11	La vie qu'il nous reste	Marc Dupré	Français	Québec	Québec
8	12	La Voix 5	Artistes variés	Français	Québec	Québec
9	13	Almanach	Patrice Michaud	Français	Québec	Québec
10	14	Main Girl (microalbum)	Charlotte Cardin	Anglais	Québec	Québec
11	15	Everything Now	Arcade Fire	Anglais	Québec	Autre
12	17	La science du cœur	Pierre Lapointe	Français	Québec	Québec
13	19	Les Inoubliables	Artistes variés	Anglais	Autre	Québec
14	21	C'est si bon – Volume 2	Claude Saucier	Anglais	Autre	Québec
15	22	En vérité	Isabelle Boulay	Français	Québec	Québec
16	25	Paloma	Daniel Bélanger	Français	Québec	Québec
17	26	Portfolio	Geneviève Lecierc	Français	Québec	Québec
18	27	Les Immortelles	Nicola Ciccone	Français	Québec	Québec
19	30	Rites de passage	Émile Bilodeau	Français	Québec	Québec
20	31	Solitudes	Matt Holubowski	Anglais	Québec	Québec

1. Ces ventes incluent les albums sur support physique et les albums numériques.
2. Un palmarès des 50 albums québécois les plus vendus est disponible sur le site Web de l'Observatoire : www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/enregistrement-sonore/palmares/palmares_enregistrements_sonores.htm.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

Palmarès des albums numériques

Parmi les dix albums numériques les plus vendus au Québec en 2017, quatre sont québécois et deux ont le français comme langue d'enregistrement. Le nombre d'albums numériques québécois est de 17 parmi les 50 albums les plus vendus (19 albums en 2016) (tableau 8).

Palmarès des pistes numériques

L'absence de pistes québécoises parmi les dix pistes numériques les plus téléchargées en 2017 illustre clairement la faiblesse des ventes de musique québécoise dans ce format. La première piste québécoise se situe à la 56e position. Au palmarès des 500 pistes les plus vendues, seulement 58 pistes sont québécoises (65 en 2016), mais il y a 228 albums québécois parmi les 500 CD les plus vendus et 154 albums québécois parmi les 500 albums numériques les plus vendus (tableau 9).

Tableau 8 **Liste des albums numériques les plus vendus[1], Québec, 2017**

Rang	Titre[2]	Artiste[2]	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	Divide	Ed Sheeran	Anglais	Autre	Autre
2	**Big Boy (microalbum)**	**Charlotte Cardin**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
3	Evolve	Imagine Dragons	Anglais	Autre	Autre
4	Beautiful Trauma	P!nk	Anglais	Autre	Autre
5	**Main Girl (microalbum)**	**Charlotte Cardin**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
6	More Life	Drake	Anglais	Autre	Autre
7	**Nous autres**	**2Frères**	**Français**	**Québec**	**Québec**
8	Damn	Kendrick Lamar	Anglais	Autre	Autre
9	**Best Ove**	**François Pérusse**	**Français**	**Québec**	**Québec**
10	Reputation	Taylor Swift	Anglais	Autre	Autre

1. Un palmarès des 20 albums numériques les plus vendus est disponible sur le site Web de l'Observatoire : www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/enregistrement_sonore/palmares/palmares_enregistrements_sonores.htm.
2. Les lignes en gras sont des produits québécois.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

Tableau 9 **Liste des pistes numériques les plus vendues[1], Québec, 2017**

Rang	Titre	Artiste	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	Despacito (remix) feat. Justin Bieber	Luis Fonsi & Daddy Yankee	Autre	Autre	Autre
2	Shape of You	Ed Sheeran	Anglais	Autre	Autre
3	Rockabye feat. (Sean Paul & Anne-Marie)	Clean Bandit	Anglais	Autre	Autre
4	Believer	Imagine Dragons	Anglais	Autre	Autre
5	Despacito	Luis Fonsi & Daddy Yankee	Autre	Autre	Autre
6	Something Just Like This	The Chainsmokers & Coldplay	Anglais	Autre	Autre
7	It Ain't Me	Kygo & Selena Gomez	Anglais	Autre	Autre
8	Perfect	Ed Sheeran	Anglais	Autre	Autre
9	Sign of the Times	Harry Styles	Anglais	Autre	Autre
10	Chained to the Rhythm (feat. Skip Marley)	Katy Perry	Anglais	Autre	Autre

1. Un palmarès des 20 pistes les plus vendues est disponible sur le site Web de l'Observatoire : www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/enregistrement_sonore/palmares/palmares_enregistrements_sonores.htm.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

Musique diffusée en continu : un moyen de diffusion de plus en plus incontournable

La profonde transformation du marché de la musique au Québec a été évoquée pour la première fois par l'OCCQ au printemps 2009[7]. Cette transformation se caractérisait par la baisse tendancielle des ventes de CD et la croissance de celles des produits numériques téléchargeables. Ces changements s'expliquaient par l'adoption progressive de nouvelles habitudes de consommation musicale chez les Québécois, le produit numérique étant moins cher à l'achat et plus pratique pour l'écoute nomade de musique. De plus, l'arrivée de la piste numérique a rendu l'achat de l'album complet optionnel.

Depuis quelques années, deux phénomènes, loin d'être étrangers l'un à l'autre, tendent à prouver que la transformation évoquée en 2009 était seulement une étape transitoire. Le premier phénomène est la baisse des ventes des produits numériques depuis 2014, qui tend à s'accélérer avec un recul de 23 % entre 2015 et 2016 et de 19 % en 2017. Le deuxième phénomène est, depuis 2014, la croissance importante du nombre d'écoutes et des revenus générés par la musique diffusée en continu (*streaming*).

7. FORTIER, Claude (2009). « Au Québec, la consommation musicale passe clairement au numérique », *Statistiques en bref*, [En ligne], n° 52, novembre, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, p. 1-28. [www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/bulletins/stat_bref52.pdf].

Selon des analystes, le nombre d'écoutes de musique audio diffusée en continu est en hausse de 59 %, s'établissant à 400 milliards, en 2017 aux États-Unis[8] (tableau 10). Les revenus provenant de l'écoute en continu[9] aux États-Unis ont connu une croissance de 43 % en 2017. Ce mode de consommation musicale est maintenant la principale source de revenus de l'industrie de la musique, avec 65 % des revenus, devant les produits physiques (17 %), les téléchargements numériques (15 %) et les droits de synchronisation[10] (3 %)[11]. Les données concernant le Canada indiquent une hausse de 71 %[12] du nombre d'écoutes de musique audio diffusée en continu entre 2016 et 2017.

Ainsi, tout en conservant les avantages des biens numériques, soit l'écoute nomade de musique et le faible coût, l'abonnement à un service de musique en continu permet l'accès, à volonté, à des millions de titres d'un simple clic. L'utilisateur ne paye plus pour sa consommation, mais pour l'accès à des produits musicaux.

Cette transformation affecte l'ensemble des pays industrialisés. Malheureusement, à ce jour, peu de données statistiques sur les services d'écoute de musique en continu sont disponibles pour le Québec. Cependant, les données disponibles pour les États-Unis et le Canada permettent, sans trop de risque, de faire l'hypothèse qu'une quantité croissante de consommateurs québécois adoptent ces services. Il est cependant plus difficile d'estimer la part de la musique québécoise parmi les millions d'écoutes effectuées par les utilisateurs du Québec. Les produits québécois constituent une part congrue des millions de pistes offertes par ces services, les principales plateformes de diffusion ayant un caractère transnational (Spotify, Apple Music, Google Play Music, etc.), tout comme les plateformes d'achat d'albums ou de pistes numériques. De plus, nous posons l'hypothèse que les premiers utilisateurs québécois à faire le passage vers l'écoute en continu sont sans doute les grands consommateurs d'albums et de pistes numériques, une population plus attirée par les artistes non québécois et non francophones.

Tableau 10 **Nombre d'écoutes audio en continu et revenus, Canada et États-Unis, 2015 à 2017**

		2015	2016	2017	Variation 2017/2016
					%
Canada					
Écoutes audio	G	7,5	22,9	39,1	70,7
Revenus de l'écoute en continu[1]	M$	66,2	169,9	..	...
Poids de l'écoute en continu dans l'ensemble des revenus	%	15,3	34,7	..	...
États-Unis					
Écoutes audio	G	142,8	252,3	400,4	58,7
Revenus de l'écoute en continu[1]	M$	2 334,1	3 962,1	5 664,5	43,0
Poids de l'écoute en continu dans l'ensemble des revenus	%	34,0	51,4	64,9	...

1. Les revenus de l'écoute en continu incluent les abonnements à un service de musique (Spotify, Apple Music, Google Play Musique, etc.), les redevances versées par les services de radio numériques (Pandora, SiriusXM et autre radio sur Internet) et les recettes publicitaires des services gratuits (YouTube, Vevo, la version avec publicité de Spotify, etc.).

Sources : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
Music Canada (musiccanada.com/resources/statistics/).
Recording Industry Association of America.

8. Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
9. Les revenus de l'écoute en continu incluent les abonnements à un service de musique (Spotify, Apple Music, Google Play Music, etc.), les redevances versées par les services de radio numériques (Pandora, SiriusXM et autre radio sur Internet) et les recettes publicitaires des services gratuits (YouTube, Vevo, la version avec publicité de Spotify, etc.).
10. Redevances provenant de l'utilisation d'une œuvre musicale sur la bande sonore d'une œuvre audiovisuelle (film, émission de télévision, vidéo de musique, jeu vidéo, annonce publicitaire).
11. Source : Recording Industry Association of America.
12. Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

OBSERVATOIRE
DE LA CULTURE ET DES
COMMUNICATIONS
DU QUÉBEC

La version PDF de ce document est consultable à l'adresse suivante : www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture.

Pour tout renseignement
Claude Fortier
418 691-2414, poste 3177
claude.fortier@stat.gouv.qc.ca

Observatoire de la culture
et des communications
Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy, 3e étage,
Québec (Québec) G1R 5T4
418 691-2414
observatoire@stat.gouv.qc.ca

Dépôt légal
ISSN : 1925-4199 (version imprimée)
ISSN : 1925-4202 (en ligne)
2e trimestre 2018
© Gouvernement du Québec,
Institut de la statistique du Québec, 2011

Toute reproduction autre qu'à des fins de consultation personnelle est interdite sans l'autorisation du gouvernement du Québec.
www.stat.gouv.qc.ca/droits_auteur.htm

Institut de la statistique Québec